

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan akan komunikasi adalah hal yang sangat penting bagi setiap kalangan masyarakat, sehingga perkembangan alat telekomunikasi saat ini sangatlah pesat. Semula komunikasi masyarakat hanya menggunakan surat, lalu berkembang dengan telepon rumah. Karena alat komunikasi tersebut tidak sesuai dengan mobilitas masyarakat yang tinggi maka masyarakat telah beralih pada ponsel atau handphone yang mampu menemani masyarakat untuk beraktivitas dengan mobilitas yang tinggi. Kebutuhan tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan akan berbagai jenis merek handphone yang mengakibatkan semakin banyaknya persaingan dalam dunia bisnis telekomunikasi. beralih kebutuhan tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan akan berbagai jenis alat komunikasi yang mengakibatkan semakin banyaknya persaingan dalam dunia bisnis telekomunikasi.

Meningkatnya permintaan tersebut mengharuskan perusahaan handphone terus bersaing dalam memproduksi handphone dengan inovasi baru dengan berbagai keunggulan yang tidak dimiliki handphone lain dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Handphone yang menjadi kebutuhan saat ini adalah handphone dengan fitur-fitur yang lengkap, canggih dan berbasis android. Handphone berbasis android menawarkan berbagai kemudahan terutama kemudahan dalam mengakses internet, sosial media, dan juga untuk mendapatkan informasi dari belahan bumi manapun.

Perusahaan yang semakin gesit dalam memproduksi berbagai merek handphone adalah perusahaan handphone di Tiongkok China, sebelumnya produk

handphone yang berasal dari china dianggap sebagai handphone berkualitas rendah dan murah. Namun, kini china telah mampu menciptakan produk handphone yang mampu bersaing dengan produk handphone dari negara lain, baik dari segi kualitas maupun harga.

Xiaomi merupakan merek handphone berbasis android asal china, dibentuk pada tahun 2011, awal peluncurannya xiaomi terus mengalami peningkatan dari tahun 2014 sampai tahun 2015, di tahun 2015 Xiaomi menjual 70 juta unit handphone. Jika dibandingkan penjualan ditahun sebelumnya xiaomi mengalami peningkatan 15 persen. (<http://www.idc.com>)

Keunggulan handphone xiaomi menerapkan sistem penjualan tanpa toko fisik, handphone ini melakukan penjualan melalui situs sehingga biaya operasionalnya lebih murah. Di negara asalnya, xiaomi tidak bekerjasama dengan pihak ketiga atau distributor. Dengan menerapkan model bisnis seperti ini, di dukung kualitas ponsel yang baik, pada kuartal kedua 2013 Xiaomi juga berhasil mengalahkan Apple sebagai produsen ponsel terbesar di china. (<http://www.cnnindonesia.com>)

Perusahaan riset Internasional Data Corporation (IDC) menerbitkan laporan data penjualan handphone sepanjang 2015, pengiriman handphone secara global mencapai angka 1,43 miliar unit, menunjukkan peningkatan 10,1 persen dari tahun 2014.

Data IDC menyebutkan bahwa samsung berhasil mengirimkan 324,8 juta unit handphone pada tahun 2015, Apple mengirimkan 231,5 juta unit, Huawei mengirimkan sebanyak 106,6 juta unit, Lenovo mengirimkan 74 juta

unit dan Xiaomi mengirimkan sebanyak 70,8 juta ke seluruh dunia.

(www.cnnindonesia.com)

Penjualan handphone Xiaomi berada di urutan ke lima penjualan handphone secara global, yang berarti penjualan handphone Xiaomi mengalami peningkatan. Peningkatan ini di akibatkan adanya beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu faktor psikologis dan faktor sosial.

Faktor psikologis mencakup persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap dan kepercayaan dan harga yang memengaruhi keputusan pembelian. Persepsi tentang gaya hidup menjadi tuntutan kebutuhan yang kompleks, salah satunya kebutuhan akan layanan komunikasi yang cepat (Sangadji, 2013).

Keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial yang mencakup keluarga, peran sosial dan status yang melingkupi konsumen tersebut. Konsumen akan mencari handphone yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Selain itu, ajakan teman juga akan mempengaruhi konsumen dalam pembelian handphone merek tertentu(Sangadji, 2013).

Salah satu konsumen yang aktif dalam pembelian handphone adalah mahasiswa, mahasiswa di Universitas Negeri Makassar membeli handphone dengan mengikuti trend sebagai tuntutan gaya hidup. Pengguna handphone juga menempatkan penggunaanya dalam kesan sebagai kalangan menengah ke atas atau alat yang digunakan mahasiswa untuk menunjukkan tingkat kelas sosialnya (Sangadji, 2013).

Mahasiswa akan mencari informasi atau persepsi tentang keunggulan yang dimiliki suatu produk dibanding produk yang lain, dan seberapa banyak

orang yang memakai produk itu sebelum memutuskan untuk membelinya.

Salah satu produk yang pernah trend di kalangan mahasiswa Universitas Negeri

Makassar adalah handphone Xiaomi. Perilaku tersebut menjelaskan

mahasiswa dalam pembelian handphone dipengaruhi oleh faktor psikologis

dan faktor sosial.

Hal ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Syihab, 2015) dengan judul: "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Handphone Merek Samsung (Studi Pada Mahasiswa Fakultas

Ekonomi Unhas Makassar)". Membuktikan bahwa ke empat variabel berpengaruh positif terhadap pembelian handphone merek Samsung. Penelitian ke dua dilakukan oleh (Ilmi, 2015) dengan judul: "Pengaruh Faktor Psikologis dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)". Hasil penelitian menunjukkan faktor psikologis dan faktor sosial berpengaruh

signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian kembali

dengan objek handphone Xiaomi. Adapun judul penelitian: Pengaruh Faktor

Psikologis dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Handphone

Merek Xiaomi (Survei pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya,

masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor psikologis dan faktor sosial berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian handphone merek Xiaomi pada mahasiswa Universitas Negeri Makassar (UNM)?

2. Apakah faktor psikologis berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi pada Mahasiswa Universitas Negeri

Makassar (UNM)?

3. Apakah faktor Sosial berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian handphone merek Xiaomi pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar (UNM)?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh faktor psikologis dan faktor sosial secara sumultan terhadap keputusan pembelian handphone merek Xiaomi pada mahasiswa Universitas Negeri Makassar (UNM).
2. Pengaruh faktor psikologis secara parsial terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar (UNM).
3. Pengaruh faktor Sosial secara parsial terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar (UNM).

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Peneliti

Sebagai sumbangsih pemikiran bagi dunia akademik serta proses peningkatan dan pengembangan ilmu yang telah diperoleh dari bangku kuliah.

2. Manfaat bagi Peneliti selanjutnya

Sebagai bahan referensi untuk mengkaji topik-topik yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian yang dilakukan penulis.